



**Projektforum
2025**

Bachelor-Studiengang
Kommunikationswissenschaft
an der Universität Erfurt

Präsentation der Abschlussarbeiten

**UNIVERSITÄT
ERFURT**

UNIVERSITÄT ERFURT

A photograph of the exterior of the University of Erfurt building. The name 'UNIVERSITÄT ERFURT' is written in large, dark blue, sans-serif capital letters across the top of the facade. Below the text, there is a covered walkway supported by several white, cylindrical columns. Large windows with dark frames are visible behind the columns. The ground in front of the building is paved with light-colored bricks. The lighting suggests it is daytime, with shadows cast on the ground.

Projektforum 2025

Feierliche Abschlussveranstaltung am 20. Juni

PROGRAMM

<i>Moderation</i>	<i>Prof. Dr. Dr. Patrick Rössler</i>
ab 16:00 Uhr	Get Together im Foyer des KIZ
16:15 Uhr	Begrüßung Jun.-Prof. Dr. Fabian Prochazka – <i>Sprecher des Seminars für Medien- und Kommunikationswissenschaft</i> –
16:25 Uhr	Präsentationen – Teil I Fakt ist! Fakt Immun gegen Fake News D & D Detektive
17:10 Uhr	Pause mit kalten Getränken und Kuchen
17:45 Uhr	Grußworte der PSPlер*innen Maxie Sophie Widon und Konstantin Zimmermann
17:55 Uhr	Präsentationen – Teil II Kinderstars #instamoms
18:25 Uhr	Verleihung des Förderpreises „Beste Abschlussarbeit“ der FUNKE Medien Thüringen – <i>Erfurter Verein für Kommunikation und Medien e.V.</i> –
18:35 Uhr	Gemeinsames Gruppenfoto
gegen 18:45 Uhr	Ende der Veranstaltung und Ausklang mit Getränken

Liebe Studierende,

herzlichen Glückwunsch zum Abschluss Ihrer Projektstudienphase! In diesem intensiven Jahr haben Sie sich mit einigen drängenden Fragen unserer Gesellschaft beschäftigt: wie man gegen Falschinformationen vorgehen kann, welche Rolle Influencer für Mütter spielen, wie Medienpräsenz Kinder und Jugendliche beeinflusst, wie Diskriminierung und Diversität im Fußball verhandelt wird und wie es um die Vielfalt in politischen Talkshows bestellt ist.



In den wenigen Minuten Präsentation am heutigen Nachmittag steckt ein ganzes Jahr Arbeit. Sie mussten ein relevantes gesellschaftliches Problem identifizieren, eine überprüfbare Forschungsfrage entwickeln (viel schwieriger, als es scheint!), regalkilometerweise Literatur sichten, eine empirische Umsetzung erdenken, Erhebungsinstrumente entwerfen, Menschen befragen oder Medieninhalte analysieren und codieren, ganze Datenberge auswerten – und dann auch noch alles aufschreiben! Das ist sicher kein bequemer Weg. Aber es ist der Weg, auf dem man lernt, präzise zu sein, differenziert zu denken, sich und andere zu hinterfragen und dabei der Evidenz zu folgen und nicht dem eigenen Weltbild.

Am Ende wird Ihre Arbeit dennoch nicht perfekt sein, so leid es mir tut! Das ein oder andere Messinstrument wird nicht valide sein, ein Auswertungsverfahren falsch gewählt, Formulierungen missverständlich. Aber das Wichtige ist: Sie haben all diese Entscheidungen getroffen. Unter Unsicherheit, manchmal mit wenigen oder unvollständigen Informationen, aber immer mit guten Gründen, wohlüberlegt und in der Gruppe.

Manche der Antworten, die Sie gefunden haben, werden Sie vielleicht in einigen Jahren oder Monaten (Tagen?!) wieder vergessen haben. Manche Ihrer Ergebnisse werden in nicht allzu ferner Zukunft veraltet sein. Was aber bleibt, ist diese Fähigkeit: Entscheidungen auf Basis der verfügbaren Informationen zu treffen, sich zu beraten, offen zu bleiben für andere Deutungen. Aber auch: die Selbstsicherheit, dass Sie ein solches Projekt geschafft haben und wieder schaffen werden.

Ich wünsche Ihnen (und uns!), dass Sie diese Fähigkeiten aus Ihrer Projektstudienphase mitnehmen, dass Sie angesichts der vielen „wicked problems“ in unserer Gesellschaft zuversichtlich bleiben und Ihnen Ihr Erfurter Rüstzeug dabei hilft, sich für eine positive (Medien-)Zukunft einzusetzen.

Im Namen des gesamten Seminars für Medien- und Kommunikationswissenschaft: Alles Gute, viel Freude und Erfolg für Ihren zukünftigen Weg!

Ihr

Fabian Prochazka

Sprecher des Seminars für Medien- und Kommunikationswissenschaft



Politische Vielfalt in der Polittalkshow „Fakt ist!“

Darstellung politischer Vielfalt in einem politischen Talkshowformat des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, eine Untersuchung der zeitlichen Entwicklung

Ziel

Ziel des Projekts ist es zu überprüfen, inwieweit politische Vielfalt im öffentlich-rechtlichen Rundfunk umgesetzt wird. Am Beispiel der MDR-Talkshow „Fakt ist!“ soll analysiert werden, ob und wie verschiedene politische Perspektiven, Themen und gesellschaftliche Akteur*innen abgebildet werden und welche redaktionellen Entscheidungen die Umsetzung politischer Vielfalt beeinflussen, um diese Ergebnisse in Zusammenhang mit dem im Medienstaatsvertrag festgehaltenen Auftrag zu setzen.

Untersuchungsanlage

Die Untersuchung folgt einem Mixed-Methods-Ansatz. Zunächst erfolgt eine quantitative Inhaltsanalyse aller „Fakt ist!“-Sendungen von 2013 bis 2024 (n = 154), um Themenvielfalt und Zusammensetzung der Akteur*innen zu analysieren. Anschließend erfolgt eine qualitative Aussagenanalyse von elf Sendungen (September 2023 bis August 2024), um getätigte Aussagen innerhalb der Sendungen mit den jeweiligen Wahlprogrammen von Parteien zu vergleichen. Im zweiten Schritt wird ein leitfadengestütztes Redaktionsgespräch durchgeführt, um redaktionelle Kriterien sowie Herausforderungen bei der Umsetzung politischer Vielfalt zu erfassen.



Gruppenmitglieder (v.l.n.r.): Caroline Preuß, Maxie Widon, Lisa Schmiedlin, Merle Linnemann, Nina Schmidtman und Josepha Gladitz

Ergebnisse

Die Themenvielfalt ist insgesamt gegeben, wobei der Themenblock „Staat, Politik und Landesentwicklung“ dominiert. Innerhalb der Expert*innenrunde überwiegen politische Akteur*innen, während zivilgesellschaftliche Akteur*innen zunehmend im Publikum vertreten sind. Die Redaktion versteht Vielfalt im Sinne des Gesamtangebots des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Die Ergebnisse zeigen: Politische Vielfalt wird im Format „Fakt ist!“ weitgehend erreicht – jedoch unter strukturellen Einschränkungen.

Projektbetreuer

Dr. Markus Seifert

Inokulationsmaßnahmen im Kontext des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Ziel

Falschinformationen verbreiten sich schnell und stellen eine Gefahr für demokratische Institutionen wie den öffentlich-rechtlichen Rundfunk dar. Im Rahmen dieser Arbeit haben wir untersucht, ob sogenannte Inokulationsmaßnahmen dazu beitragen können, diesem Problem entgegenzuwirken. Dabei werden Menschen gezielt mit abgeschwächten Falschinformationen oder typischen Manipulationstechniken konfrontiert, um ihre Widerstandskraft dagegen zu stärken.

Ziel des Projekts war es herauszufinden, inwiefern solche Inokulationsmaßnahmen im Kontext des öffentlich-rechtlichen Rundfunks dabei helfen, Falschinformationen besser zu erkennen und medienzynische Einstellungen abzubauen. Zudem wurde untersucht, ob persönliche Faktoren wie Alter, Bildung sowie das Vertrauen in Wissenschaft und das Vertrauen in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk die Wirksamkeit der Inokulation beeinflussen.

Untersuchungsanlage

Für unser Projekt führten wir ein Experiment in Form einer Online-Befragung mit rund 1.200 Teilnehmenden durch. Diese wurden zufällig in zwei Gruppen eingeteilt und im Verlauf des Fragebogens jeweils mit einem von zwei Videos konfrontiert. Eine Gruppe sah ein Video mit einer Inokulationsmaßnahme, in dem Falschinformationen und deren zugrunde liegende Strategien erklärt wurden. Die andere Gruppe erhielt ein neutrales Kontrollvideo mit allgemeinen Informationen zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk.

Anschließend bewerteten alle Teilnehmenden verschiedene Kommentare und Aussagen zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Für die Auswertung wurde das Antwortverhalten der beiden Gruppen verglichen. Zudem wurde untersucht, ob persönliche Merkmale im Zusammenspiel mit der Inokulationsmaßnahme das Antwortverhalten beeinflussen.



Gruppenmitglieder (v.l.n.r.): Stephanie Schüler, Dana Peuckert, Anastasia Helmschrot, Franziska Ulbrich, Jun.-Prof. Dr. Fabian Prochazka (Betreuer)

Ergebnisse

Die Inokulation hatte keinen Einfluss auf das Erkennen von Falschinformationen, verbesserte jedoch das Erkennen richtiger Aussagen. Die Einstellungen zum öffentlich-rechtlichen Rundfunk blieben trotz Inokulation weitgehend unverändert. Vermutlich, da die meisten Menschen nicht medienzynisch, sondern ohnehin konstruktiv kritisch eingestellt waren. Lediglich das Vertrauen in die Wissenschaft zeigte in Interaktion mit der Inokulation einen gegenteiligen Einfluss auf medienskeptische und medienzynische Aussagen.

Die Studie liefert somit wichtige Erkenntnisse: Inokulation kann die Fähigkeit fördern, korrekte Informationen im Kontext des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu erkennen, unabhängig von individuellen Merkmalen oder bestehenden Einstellungen. Sie zeigt sich damit als potenziell wirksames Instrument zur Stärkung von Medienkompetenz.

Projektbetreuer

Jun.-Prof. Dr. Fabian Prochazka

Projektpartner

Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

Diskriminierung & Diversität im Regionalfußball

Arenen der öffentlichen und nicht öffentlichen Kommunikation

Ziel

Der Fußball als Weltsport bietet eine öffentlichkeitswirksame Bühne mit großem Potential, gesellschaftliche Themen zu setzen und Werte zu verankern.

Dieses Projekt untersucht Diskriminierung und Diversität (D & D) im Regionalfußball am Beispiel des Viertligisten FC Rot-Weiß Erfurt. Im Fokus steht der Umgang mit D & D auf verschiedenen Ebenen der Öffentlichkeit.

Theoretische Grundlage ist das Öffentlichkeitsmodell von Gerhards & Neidhardt (1990), angewandt auf den Fußballkontext. Auf der Medien-Ebene wird analysiert, wie D & D in Massenmedien verhandelt und inwiefern diese Diskurse mit der Vereins-PR übereinstimmen. Die Fan-Ebene betrachtet verbale und nonverbale Ausdrucksformen im Publikum. Auf der Encounter-Ebene geht es um vereinsinterne Kommunikationsprozesse und die interpersonelle Aushandlung von D & D.

Untersuchungsanlage

Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurde auf der Medien-Ebene zunächst eine quantitative Wortwolken-Analyse durchgeführt, um Themenschwerpunkte zwischen Vereins- (Homepage) und Medien-diskurs visuell zu vergleichen. Anschließend folgte eine Framing-Analyse von Zeitungsartikeln aus Thüringen (2024), die sich mit D & D und dem FC Rot-Weiß Erfurt befassen. Auf Fan- und Encounter-Ebene wurden semi-standardisierte Leitfadeninterviews mit Fans, Fan-Expert*innen sowie einem Spieler, Trainer und der Geschäftsleitung geführt.

Der Fokus der Erhebung lag auf vier Dimensionen gruppenbezogener Menschenfeindlichkeit (Rassismus, Antisemitismus, Sexismus, Homophobie) sowie deren Gegenpolen im Sinne von gelebter Diversität.



Gruppenmitglieder (v.l.n.r.): Prof. Dr. Kai Hafez (Betreuer), Jule Rockert, Lea Seiler, Konstantin Zimmermann, Fabian Pausch, Emily Köpper, Isabel Geiser

Ergebnisse

Die Ergebnisse zeigen, dass Medien- und Vereinsdiskurse zwar Bezüge zu Gewalt und Inklusion aufweisen, jedoch nicht alle GMF- und Diversitätsdimensionen abdecken. Beide Diskurse zeigen geringe Problemsensibilität, wobei Medienakteur*innen reflektierter agieren als die Vereinskommunikation. Im Stadion äußert sich Diskriminierung teils verbal; beleidigende Sprache ist oft normalisiert und unreflektiert. Rassismus und Antisemitismus treten selten auf und stoßen auf Ablehnung. Diversität wird meist reaktiv verhandelt, Toleranzaktionen sind selten, politische Inhalte unerwünscht. Im Verein dominieren informelle Prozesse; formale Strukturen greifen kaum. Symbolische Maßnahmen bleiben ohne Dialog wirkungslos. Insgesamt erfolgt der Umgang mit D & D reaktiv statt proaktiv; es scheint an systematischer, ebenenübergreifender Auseinandersetzung und transparenten Umsetzung zu fehlen.

Projektbetreuer

Prof. Dr. Kai Hafez

Projektpartner

FC Rot-Weiß Erfurt Fußball GmbH



Auswirkungen einer frühen Medienpräsenz auf das Leben von Kindern und Jugendlichen

Ziel

Kinder und Jugendliche treten als Akteur*innen in verschiedenen Medienformaten auf und repräsentieren damit einen wichtigen Teil der Gesellschaft. Sie sind dabei vulnerabel gegenüber Reaktionen der Öffentlichkeit. Während die Rezipient*innenforschung stark ausgeprägt ist, fehlt es an Studien zur Perspektive der jungen Medienschaffenden. Aufgrund dieser Forschungslücke stellte sich uns folgende Forschungsfrage: *Wie beeinflusst eine frühe Medienpräsenz die private und berufliche Entwicklung von Kindern und Jugendlichen im deutschsprachigen Raum?*

Untersucht wurden zwei Fernsehformate: Schloss Einstein (fiktional) und The Voice Kids (nonfiktional). Ergänzend wurden gesetzliche Rahmenbedingungen und die Verantwortung der Produktionsfirmen betrachtet. Ziel war es, unterschiedliche Perspektiven im Rahmen der Medienpräsenz von Kindern und Jugendlichen zu erfassen und auszuwerten.

Untersuchungsanlage

Es wurde eine qualitative Leitfadenstudie mit ehemaligen Teilnehmenden von Schloss Einstein und The Voice Kids konzipiert. Insgesamt wurden 17 Interviews mit 19 Personen durchgeführt, darunter ein Gruppeninterview. Wir passten Keppingers Modell der reziproken Effekten (2010) an, entwickelten es weiter und stützten den Leitfaden für die Interviews auf diesem. Zur Interviewvorbereitung wurden vorhandene Interviews und Materialien herangezogen sowie personalisierte Fragen in den Leitfaden integriert. Die Zusammenarbeit mit ITV Studios Germany und Saxonia Media ermöglichte uns Set-Besuche sowie Gespräche mit dem Scouting-, Betreuungs- und Coachingpersonal. Methodisch orientierte man sich an einer früheren qualitativen Studie zu Schloss Einstein und Die Pfefferkörner (Schäfer, 2004).



Gruppenmitglieder (v.l.n.r.): Nikoletta Kowalewska, Sophia "Fischi" Pipus, Jessica Frank, Prof. Dr. Dr. Patrick Rössler (Betreuer), Murat Das, Zoe Taylor, Lea Bernau

Ergebnisse:

Da einige der Befragten die frühe Medienpräsenz als herausfordernd empfanden, wirkten stabile Beziehungen wie eine Art Schutzfaktor für sie. Eine intensive Auseinandersetzung mit dem eigenen Selbstbild war bei vielen Teilnehmenden zu beobachten. Für den späteren Lebensweg war die Erfahrung nützlich, selbst ohne weiterführende Karriere in der Medienbranche. Die Befragten beschrieben ihre Medienpräsenz als prägend und überwiegend positiv. Dennoch berichteten einige der Teilnehmer*innen von verschiedenen Herausforderungen. Bei Schloss Einstein wurde etwa eine hohe Arbeitsbelastung während der Schulzeit thematisiert. Die frühen Medienerfahrungen förderten Kompetenzen wie Schauspiel, Musik, Kommunikation und Selbstdarstellung, wie auch gesamtheitlich die Medienpräsenzkompetenz. Unter diesem Begriff ist das Skillset zu verstehen, das Medienschaffende sich im Zuge ihrer Medienpräsenz aneignen.

Projektbetreuer

Prof. Dr. Dr. Patrick Rössler

Projektpartner

Saxonia Media Filmproduktionsgesellschaft mbH
ITV Studios Germany GmbH

Zwischen Hashtag und Erwartungen

Eine qualitative Analyse der Wahrnehmung sozialer Normen bei (werdenden) Müttern durch das Phänomen #instamoms

Ziel

Unsere Studie untersuchte, wie Inhalte von #instamoms soziale Normen zur Mutterschaft beeinflussen. #instamoms bezeichnen Mütter, die ihr Muttersein auf Instagram öffentlich inszenieren. Besonders in der Zeit rund um Schwangerschaft und frühe Mutterschaft suchen viele (werdende) Mütter online nach Orientierung und Austausch. Soziale Medien spielen daher eine bedeutende Rolle in der Aushandlung gesellschaftlicher Rollenbilder und Normen. In den Inhalten der #instamoms können normative Vorstellungen von Mutterschaft sichtbar und verhandelbar werden. Daraus ergibt sich unsere zentrale Forschungsfrage: Wie beeinflussen die Inhalte von #instamoms die Normen zur Mutterschaft?

Untersuchungsanlage

Die Studie basiert auf einer Adaption der Theory of Normative Social Behavior, welche den Einfluss verschiedener kommunikativer Prozesse auf die Wahrnehmung sozialer Normen betont. Die Adaption erweitert die Theorie um die Rolle sozialer Medien, in denen Beobachtungen und Austauschprozesse zunehmend stattfinden. Für unsere Studie relevant sind dabei Peer Observation (Beobachtung des Verhaltens der Peer-Gruppe) und Peer Kommunikation (Austausch über dieses Verhalten), die als normbildende Faktoren fungieren. Zur Einordnung der wahrgenommenen Inhalte dient die Typologie von fünf verschiedenen Mutternormen. Empirisch kombiniert die Studie zwei qualitative Methoden: (1) zwei Leitfadeninterviews mit (werdenden) Müttern und (2) dazwischen eine siebentägige Tagebuchstudie zu ihrer Instagramnutzung. Das Design ermöglichte es, spontane und reflektierte Reaktionen auf #instamoms zu erfassen.



Gruppenmitglieder (v.l.n.r.): Katharina Storz, Laura Behrens,
Prof. Dr. Leyla Dogruel (Betreuerin), Julia Graf, Nike Lange, Amelie Weißenfels

Ergebnisse

Unsere Ergebnisse zeigen, dass Inhalte von #instamoms keinen nachhaltigen Einfluss auf die Wahrnehmung von Mutterschaftsnormen haben. Normative Inhalte wurden überwiegend passiv und selektiv rezipiert. Konkrete Verhaltensregeln durch die Rezeption bestimmter Normen wurden von (werdenden) Müttern beobachtet und reflektiert, jedoch nicht in das eigene Leben integriert. Sie wurden somit nicht als Vorlage für das eigene Verhalten übernommen und beeinflussen nicht ihr normatives Bild von Mutterschaft. Empfehlungen und Eindrücke wurden vereinzelt angenommen, aber nicht als verbindliche Normen interpretiert. Die Auseinandersetzung mit #instamoms-Inhalten ist individuell geprägt und bleibt auf der subjektiven Reflexionsebene ohne langfristige Verhaltensänderung. So wurden keine Mutterschaftsnormen durch Inhalte der #instamoms vermittelt, sondern dort wahrgenommen und verhandelt.

Projektbetreuerin
Prof. Dr. Leyla Dogruel

Projektpartner
BücherWege



Projektbetreuende



Prof. Dr. Leyla Dogruel

Professur für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Soziale Kommunikation



Prof. Dr. Kai Hafez

Professur für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Vergleichende Analyse von Mediensystemen / Kommunikationskulturen



Jun.-Prof. Dr. Fabian Prochazka

Juniorprofessur für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt interpersonale Kommunikation im Kontext der Digitalisierung



Prof. Dr. Dr. Patrick Rössler

Professur für Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Empirische Kommunikationsforschung / Methoden



Dr. Markus Seifert

Senior Lecturer und Seminargeschäftsführer

Engagiert für studentische Projekte, Lehre, Forschung und Austausch – euer EKM e.V.

Seit 2011 fördert der Erfurter Verein für Kommunikation und Medien e.V. die akademische Lehre und interdisziplinäre Forschung im Bereich Kommunikationswissenschaft an der Universität Erfurt. Möglich wird das durch das Engagement unserer Mitglieder – von Studierenden und Alumni über Nachwuchsforschende und Professor*innen bis hin zu Partnerorganisationen und Unternehmen.

Was wir ermöglichen:

- Studentische Projekte in Bachelor- und Masterstudiengängen
- Fachtagungen, Workshops und Summer Schools
- Auszeichnungen für exzellente Abschlussarbeiten
- Forschungs-, Lehr- und Praxisprojekte im Feld der Kommunikationswissenschaft
- Internationale Kooperationen und wissenschaftlichen Austausch
- Netzwerkpflge mit Alumni und Veranstaltungen zur Wiederbegegnung

Viele Angebote, von denen heutige Studierende profitieren, wären ohne das Engagement früherer Jahrgänge nicht möglich – ein schönes Zeichen gelebter Verbundenheit mit Ihrer Universität Erfurt und der Kommunikationswissenschaft über die Studienzeit hinaus. Ob als aktives Mitglied oder mit einer Spende – Ihre Unterstützung hilft, Forschung sichtbar zu machen, Talente zu fördern und Ideen Raum zu geben. Werden Sie Teil eines lebendigen Netzwerks!

Vorstand

Dr. Sabine Best (Vorstandsvorsitzende)
Daniel Silberhorn (Stellvertreter)
Prof. Dr. Dr. Patrick Rössler (Schatzmeister)

Kontakt

E-Mail: ekm.erfurt@googlemail.com
Telefon: +49 (361) 737 4170

Konto

Erfurter Verein für Kommunikation und Medien e.V.
Sparkasse Mittelthüringen
DE71 8205 1000 0125 0106 13







Gruppenmitglieder (v.l.n.r.): Titus Herrmann, Paula Böhnke, Paulina Emma Möller, Helene Brühl, Michel Pramor, Niklas Steffen, Jun.-Prof. Fabian Prochazka (Betreuer)

Gewinnerinnen und Gewinner des Förderpreises 2024:

medial normal

Mediale Normalisierung der AfD in der Online-Berichterstattung:
Eine quantitative Inhaltsanalyse der Berichterstattung im regional-
überregionalen Vergleich

Impressum

Organisation: Markus Hoppe

Layout und Satz: Isabella May

Koordination: Dr. Markus Seifert

Inhalte der Projektbeschreibungen: PSP-Gruppen

Bilder: Universität Erfurt, Projektgruppen (Gruppenbilder)

Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft

Postadresse: Universität Erfurt, Postfach 90 02 21, 99089 Erfurt

Besucher*innenadresse: Universität Erfurt, Nordhäuser Str. 63, 99089 Erfurt

Kontakt:

Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft

philfak.kw@uni-erfurt.de

Telefon: +49 (361) 7374170

Telefax: +49 (361) 7374179

<https://www.instagram.com/kw.unierfurt>

<https://www.facebook.com/KWUniErfurt>